

## **MODERN ERA CAPITALISM MELALUI DIPLOMASI PUBLIK KOREA WAVE DI INDONESIA**

**Siti Hafifa Sanmas**

Universitas Muhammadiyah Malang

Korespondensi penulis: [sitihafifasanmas@gmail.com](mailto:sitihafifasanmas@gmail.com)

***Abstract.** Currently, colonialism is no longer carried out by occupying colonies and controlling the means of production directly, but can be done indirectly. Colonialism that is carried out indirectly can be through cooperation between a country and other countries to market the products offered from that country. The method used in this study is a literature study which looks for reference sources that are relevant to the problem that the author takes. Sources of data are primary data sources obtained from journal references, books and so on. The results of the study show that the cooperation carried out by Korea and Indonesia through the Korean wave or Hallyu public diplomacy has had a major impact on the Indonesian people who are currently high consumers of Korean products. Although the benefits are not only obtained by Korea but also Indonesia, in fact this is what makes Indonesia dependent on Korea because as explained in the Dependency theory that the progress of developing countries in the economic field is obtained from the progress of developed countries. In addition, developing countries have experienced little impact from the progress of developed countries.*

**Keywords :** Modern Era Capitalism, Korean Wave Public Diplomacy.

**Abstrak.** Saat ini kolonialisme tidak dilakukan lagi dengan cara menempati wilayah jajahan dan menguasai alat-alat produksi secara langsung, tetapi bisa dilakukan secara tidak langsung. Kolonialisme yang dilakukan secara tidak langsung ini bisa melalui kerja sama yang dilakukan suatu negara dengan negara lain untuk memasarkan produk-produk yang ditawarkan dari negara tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni studi kepustakaan yang mana mencari sumber-sumber referensi yang relevan dengan masalah yang penulis ambil. Sumber data berupa sumber data primer yang didapatkan dari referensi jurnal, buku-buku dan sebagainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerja sama yang dilakukan oleh Korea dan Indonesia melalui diplomasi publik Korea wave atau Hallyu memberikan dampak besar pada masyarakat Indonesia yang saat ini menjadi konsumeris tinggi terhadap produk Korea. Meskipun keuntungan bukan hanya diperoleh Korea tapi juga Indonesia, nyatanya ini yang

membuat Indonesia bergantung pada Korea karena seperti yang dijelaskan pada teori Ketergantungan bahwa kemajuan negara berkembang pada bidang ekonomi diperoleh dari kemajuan negara maju. Selain itu negara berkembang hanya mengalami sedikit akibat dari kemajuan negara maju.

**Kata Kunci :** *Modern Era Capitalism*, Diplomasi Publik Korea Wave.

## LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara yang kini dipenuhi berbagai macam kemajuan teknologi seperti teknologi digital dan informasi dimana generasi milenial tidak hanya diperkenalkan pada hal yang terjadi di sekitar mereka atau di negara mereka tetapi bisa menjangkau lebih dari itu. Sehubungan dengan ini bahwa kecanggihan teknologi di bidang komunikasi dan informasi memiliki peranan penting di mana berpengaruh pada kondisi dunia saat ini. Masyarakat akan dengan mudah mengakses apapun akibat dari terbukanya penyebaran informasi yang begitu cepat. Di sisi lain penyebaran budaya yang dilakukan tanpa adanya kontak fisik terjadi karena media massa turut berperan aktif dalam menyebarkan informasi (Vena M. Tiladuri, Aji Suseno, 2021).

Situasi dunia yang semakin hari semakin terbuka tanpa batas tersebut memungkinkan masuknya budaya-budaya baru, salah satunya gemparan budaya Korea di Indonesia. Sejak tahun 2000 an, Korea menjadi pusat perhatian generasi milenial. Korea berhasil memasuki negara-negara lain serta mempengaruhi para generasi milenial atas tayangan-tayangan yang menarik yang mana dimulai dari K-Pop dan K-Drama. Tayangan-tayangan ini merupakan misi dari Korea yang diperkenalkan melalui industri Korea dengan tujuan memasarkan produk-produk Korea melalui K-Pop dan K-drama. Produk-produk yang dipasarkan melalui K-Pop dan K-Drama ini bukan hanya berupa barang seperti pakaian ataupun kosmetik, tetapi juga musik Korea.

Hal ini selaras dengan tulisan Safira (2021) bahwa tersebarnya Korea wave di seluruh negara disebabkan karena populernya produk Korea seperti musik, budaya, drama, kosmetik dan sebagainya. Sejarah tersebarnya Korea wave dimulai dari munculnya salah satu drama Korea yang disebarkan melalui TV Cina yang dimiliki pemerintah tepatnya pada tahun 1997. Di tahun 2000 an menjadi tahun di mana populernya budaya Korea di negara Asia. Saat itu, penggemar dari negara Asia mulai meminati produk Korea seperti permainan digital, drama

Korea, K-Pop dan sebagainya. Apalagi beberapa artis Korea seperti Twice, Exo, BTS dan Girls Generation yang sukses debut di Amerika Utara, yang secara pesat meningkatkan kegiatan mereka di berbagai dunia (Hasna, 2021). Drama Korea juga disiarkan di TV Indonesia tepatnya Trans TV. Drama Korea *Mother Sea* yang ditayangkan pada tahun 2002 di TV Indonesia tersebut menggantikan drama Jepang. Sejak itulah, drama Korea disiarkan di beberapa stasiun TV seperti RCTI, B-Channe; dan beberapa stasiun TV lainnya (Herlina, 2017). Sehingga tahun 1990-an merupakan tahun dimana pemerintah Korea berusaha mengembangkan dan memasarkan produk Korea melalui industri Hallyu, sedangkan tahun 2000-an merupakan puncak dari kepopuleran Korea di seluruh Negara termasuk Indonesia.

Korea *wave* merupakan strategi dari diplomasi publik yang digunakan Korea untuk membuat budaya Korea dapat dipahami dan terima oleh masyarakat luas tepatnya pada publik asing salah satunya Indonesia. Masuknya Korea *wave* di Indonesia tidak terlepas dari kerja sama negara Korea dan Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari budaya Korea Selatan yang tersebar di seluruh negara, salah satunya Indonesia. Populernya budaya Korea yang dimulai dari K-Drama, K-Pop dan sebagainya memberikan pengaruh pada kehidupan masyarakat. Bukan hanya *fashion* yang diminati oleh masyarakat Indonesia, tetapi juga budaya dan bahasa Korea. Karena itulah, hubungan yang terjadi di antara Indonesia dan Korea dipengaruhi oleh Korea *wave*. Keeratan hubungan Korea dan Indonesia di bidang sosial-budaya, politik dan juga ekonomi terjadi karena adanya citra positif yang dibangun pada pandangan Indonesia terhadap Korea melalui Korea *wave*. Pendatangan yang dilakukan pada bulan Desember 2006 tepatnya di Jakarta membuat hubungan yang terjadi diantara kedua negara tersebut semakin kuat. Kesepakatan antara Korea dan Indonesia untuk menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan budaya menjadi pembahasan dalam deklarasi tersebut. Ini yang kemudian membangun kerja sama dalam bentuk investasi dan perdagangan salah satunya di bidang industri kreatif (Cahyani, 2021).

Membangun citra positif di mata publik merupakan hal yang sangat penting. Sebab itu juga menjadi salah satu strategi baik itu perusahaan ataupun pemerintah untuk mendapatkan respon baik dan kepercayaan dari publik. Ketika masyarakat menaruh kepercayaan pada sebuah perusahaan atau pemerintah, maka akan lebih mudah untuk mempengaruhi masyarakat tersebut. Dengan kata lain, akan lebih mudah membuat masyarakat mengikuti atau memiliki antusias tinggi pada kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga ketika Indonesia memiliki pandangan positif pada Korea maka akan memudahkan Korea untuk bekerja sama dengan Indonesia dan juga memudahkan Korea untuk memasarkan produk-produk Korea

secara terbuka pada masyarakat Indonesia. Dengan begitu, keuntungan yang diperoleh pun akan semakin banyak.

Pada 9 Oktober 2014, upaya diplomasi publik yang dilakukan Korea agar memiliki hubungan kerja sama karena Indonesia dianggap sebagai mitra penting dalam target penyebaran Korea *wave* dapat dilihat dari kunjungan Yun Byung-se yang merupakan Manteri Luar Negeri Korea Selatan di Jakarta. Bukan hanya pertahanan Korea yang diperkuat, akan tetapi Korea Selatan juga mempunyai kepentingan dari diplomasi publik Korea *wave* maupun hubungan kerja sama secara internasional yakni untuk membangun citra nasionalnya. Meningkatnya kerja sama di antara Korea dan Indonesia karena kedua negara tersebut mempunyai kemampuan dan strategi yang bagus satu sama lain sehingga memudahkan kerja sama di berbagai bidang. Kesepakatan yang disetujui oleh Korea dan Indonesia yakni berkaitan dengan sosial dan budaya yang mana terciptanya hubungan pertemanan serta saling memberikan kemajuan dalam pengembangan di segala bidang baik teknologi, kebudayaan dan bidang lainnya. Dalam implementasi diplomasi budaya, Korea *wave* menjadi salah satu instrument yang dilakukan Korea sebagai strategi untuk memperkenalkan baik budaya, produk maupun makanan Korea pada publik. Hubungan kerja sama ini pula merupakan strategi untuk memelihara perdamaian, kestabilan serta kesejahteraan ajang internasional. *Korea Creative Content Agenci* merupakan kantor yang didirikan Korea di Indonesia untuk memperkenalkan budaya Korea di negara Indonesia yang kemudian menjadi bagian dari kesepakatan yang dilakukan Korea sebagai bentuk dukungan strategi pada bidang industri kreatif (Cahyani, 2021). Korea *wave* yang melibatkan kerja sama antara negara Korea dan Indonesai bagian dari terbukanya pintu pembangunan ekonomi. Sebab ini akan meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia yang mana baik Indonesia dan juga Korea turut memperkenalkan budaya masing-masing pada kedua negara tersebut dan dengan seperti ini juga baik Indonesia maupun Korea akan mendapatkan keuntungan dari hasil kerja sama ini.

Masuknya diplomasi Korea *wave* di Indonesia memang memberikan keuntungan bagi Indonesia atas kerja sama yang terjalin di antara kedua negara tersebut, akan tetapi bukan berarti tidak terdapat kerugian sebab sudah pasti akan terjadi hal dimana ada yang lebih mendominasi dan ada yang didominasi. Ini yang nantinya disebut sebagai sistem kapitalisme dalam pembangunan ekonomi yang dilihat dari diplomasi publik Korea *wave* di Indonesia. Oleh karena itu, ini menjadi alasan peneliti untuk mengkaji bagaimana kapitalisme di era modern melalui diplomasi publik Korea *wave*?

## **METODE PENELITIAN**

Studi kepustakaan merupakan metode penelitian yang digunakan dengan cara mencari referensi terkait masalah atau topik melalui buku-buku, referensi jurnal, internet, koran, majalah dan sebagainya yang masih relevan dengan topik yang diambil. Menurut Danial & Warsiah, pengertian studi kepustakaan adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan referensi berupa catatan fisik yang ada pada buku-buku dan referensi lainnya yang mana masih mempunyai kaitannya dengan masalah dan topik yang diteliti, sebagai sebuah pedoman dalam hasil dan pembahasan (Hayati, 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan referensi-referensi terkait permasalahan Korea *wave* dari jurnal, internet, buku-buku dan sebagainya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Korea Wave Sebagai Diplomasi Publik Korea**

Edmund Gullion, seorang dekan di *Fletcher School of Diplomacy* pada Universitas Tufts yang sebelumnya menjadi diplomat AS, mengaplikasikan diplomasi publik untuk pertama kali dalam “Informasi Internasional dan Hubungan budaya” pada tahun 1965. Setelah itu, diplomasi publik mulai berkembang dan digunakan di negara-negara Eropa. Awal mula penggunaannya, diplomasi publik menjadi suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah dari suatu negara agar dapat merangkul masyarakat asing dengan harapan bahwa kebijakan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat asing. Menurut Tuch, diplomasi publik adalah suatu proses dimana adanya komunikasi yang dilakukan pada masyarakat asing dengan harapan agar masyarakat asing dapat memahami ide-ide dan cita suatu negara, lembaga-lembaga, *culture*, serta kebijakan negara dan tujuan nasional (Trisni et al., 2018). Sehingga penggunaan diplomasi publik sebagai sebuah strategi sudah digunakan sejak tahun 1965. Hampir seluruh negara bukan hanya di Eropa tetapi juga Asia telah menggunakan diplomasi publik sebagai strategi untuk membuat publik menerima setiap kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh negara lain yang melakukan diplomasi publik.

Korea Selatan sebagai salah satu negara dari bagian Asia yang saat ini sedang gencar-gencarnya melakukan diplomasi publiknya. Korea Selatan atau nama resminya Republic of Korea merancang menjadikan Korea wave sebagai diplomasi publiknya karena mereka berpikir kinerja perkembangan perekonomian mereka tak sebagus *image* mereka. Itu yang menjadi alasan mereka melaksanakan diplomasi publik karena mereka berusaha mengsejajarkan perbaikan *image* dan perekonomian mereka. Alokasi dana untuk melaksanakan diplomasi publik terus meningkat dari tahun ke tahun, pencapaian ini menjadi bukti konkret kesungguhan mereka dalam melakukan diplomasi publik sebagai alat untuk mencapai tujuan dari pemerintah Korea. Seperti yang ditegaskan pemerintah Korea Selatan bahwa fokus yang akan mereka lakukan yakni dengan menyertakan beberapa pihak untuk berpartisipasi dalam melaksanakan diplomasi publik, Korea wave merupakan salah satu dari bagian tersebut. Produk-produk populer Korea seperti K-pop, K-drama, makanan, budaya dan sebagainya, merupakan fenomena yang lagi tren saat ini atau yang disebut sebagai Korea wave. Alat yang mempunyai peran penting dalam melakukan *soft power* sebagai kekuatan penting selain *hard power*. Menurut Nye, *soft power* lebih pada penggunaan daya tarik ketimbang yang bentuknya kekerasan, sehingga akan mudah untuk membuat seseorang mengikuti sesuatu yang dibuat tanpa merasa dipaksa, artinya ia melakukan secara suka rela. Untuk memudahkan negara mencapai tujuannya dilihat dari keberhasilan *soft power* yang membuat negara asing melakukan apa yang diinginkan dari penyelenggara diplomasi secara suka rela (Trisni et al., 2018).

Kini memang banyak negara lebih menggunakan soft power ketimbang hard power sebagai alat untuk menarik minat publik. Dengan menggunakan soft power sebagai alat,

Korea wave merupakan diplomasi publik yang mana dilakukan dengan berbagai tahap misalnya untuk mempengaruhi masyarakat asing atau negara asing supaya mengikuti kebudayaan Korea maka dilakukan dengan cara memperkenalkan kebudayaan Korea pada masyarakat asing. Inilah yang menjadi bentuk pelaksanaan diplomasi publik pada suatu negara. Selain diplomasi publik, ada pula diplomasi budaya yang dilakukan dengan cara saling menukarkan baik itu informasi, seni maupun kebudayaan satu sama lain. Citra positif pada Korea yang terbentuk dalam

pemikiran masyarakat internasional merupakan kesuksesan Korea dalam mempengaruhi pemikiran masyarakat internasional. Keberhasilan inilah yang meningkatkan citra Korea di mata publik, sehingga memudahkan Korea untuk menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain. Di Indonesia, *Korea wave* sangat dominan yang mana menjadi alasan dari kerja sama antara Korea dan Indonesia. Langkah yang dilakukan dalam menerapkan *Korea wave* sebagai diplomasi Korea Selatan berhasil memberikan kesuksesan dan kemajuan pada pariwisata dan perekonomian negara Korea. Di samping itu, masyarakat Indonesia turut di pengaruhi dalam penggunaan hal-hal yang berkaitan dengan Korea seperti budaya, bahasa dan sebagainya (Cahyani, 2021).

*Korea wave* yang banyak diminati mulai dari drama, musik, budaya tidak terlepas dari sejarahnya yang dimulai dari tahun 1990 an. Saat itu, yang memberikan kontribusi besar pada gelombang *Hallyu* yakni film, K-drama, K-pop yang menjadi produk utama yang diekspor. Pada tahun 2000 an, hampir seluruh negara memberikan respon positif pada *Korea wave*. Inilah cara Korea membangun citra positif pada publik asing. Sehingga produk-produk Korea banyak diminati oleh masyarakat secara internasional. Pada awal tahun 2010, *Hallyu* mulai menyebar luas hingga ke Kawasan Eropa dan Amerika. Respon positif yang dibangun Korea di mata publik inilah yang membuat *Korea wave* menjadi fenomena yang mempengaruhi hampir dari bagian negara-negara yang ada di dunia (Herlina, 2017).

Dalam penyebaran kebudayaan Korea, media massa turut berperan aktif untuk menyebarkan kebudayaan Korea pada khalayak bahkan menjadi sebuah jembatan untuk para penggemar budaya Korea lewat informasi yang diberikan. Di tingkat internasional dan lokal, liberalisasi dan modernisasi media turut berpengaruh pada gelombang *Hallyu* bahkan jaringan televisi Korea seperti Channel M, Channel *one* dan sebagainya sudah masuk ke banyak stasiun TV di berbagai negara. Acara yang kemudian ditayangkan seperti K-drama, K-pop dan sebagainya dilakukan melalui TV yang mana sebagai alat untuk menyebarkan *Hallyu*. Tidak semua televisi kabel menggunakan bahasa asing, bahkan di Indonesia sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sendiri. Sedangkan untuk penonton dari negara lain lebih menggunakan Arirang TV yang terdapat terjemahan Bahasa Inggris. Beberapa platform seperti Youtube, Twitter, Facebook, dan sebagainya merupakan media

digital yang populer dan turut andil dalam penyebaran Korea *wave* pada publik. Media sosial menjadi cara efektif untuk menyebarkan konten-konten kebudayaan luar. Meningkatnya jumlah ekspor dari produk Korea disebabkan karena penggunaan media massa yang terlalu sering. Hal ini dapat dilihat dari jaringan televisi KBS yang sudah ada di berbagai negara di mana KBS telah mengeksport konten kebudayaan ke tiga puluh delapan negara yang ada di dunia. Selain itu, ada pula cara lain yakni menyediakan situs *live streaming* untuk penggemar Korea, misalnya seperti pada acara musik “*Mnet Asian music award*” pada tahun 2013 yang bisa dilihat melalui *live streaming* di berbagai situs seperti Youtube, Mnet.com dan beberapa situs lainnya yang ditampilkan langsung di Hongkong (Herlina, 2017).

## 2. Kolonialisme Era Modern

Penguasaan yang dipraktikkan secara lembut yang membuat ketergantungan pada negara ketiga baik secara *culture* maupun ekonomi misalnya yang terjadi pada dominasi produk-produk Barat seperti program hiburan di negara-negara seperti Amerika Latin, Afrika dan Asia menjadi awal munculnya istilah kolonialisasi. Kolonialisasi itu merupakan kolonialisasi gaya baru yang semakin substansial yang disebabkan dari liberalisasi pada semua bidang salah satunya politik. Ini yang kemudian membuat kolonialisme bukan hanya dari Barat tetapi dari non Barat, misalnya Korea melalui Korea *wave*. Jika terjadinya kolonialisasi, maka akan terciptanya hubungan di antara yang mendominasi dan yang didominasi. Hubungan seperti ini biasanya tidak seimbang sebab yang didominasi biasanya dipengaruhi oleh yang mendominasi. Pengaruh tersebut bisa dalam bentuk mengikuti kebudayaannya dan sebagainya. Penyebaran dan penggunaan dari kebudayaan *colonial* yang dilakukan secara terus menerus dapat membuat yang dikolonil menjadi terus bergantung, akibatnya lambat laun mereka tidak lagi menggunakan kebudayaan mereka. Ini terjadi karena yang mereka dengar, lihat dan ikuti merupakan kebudayaan *colonial*, maka tidak jarang malah kebudayaan *colonial* yang digunakan. Sehingga akan adanya perubahan pada sistem kebudayaan masyarakat lokal. Serangan budaya memang sangat mudah untuk mempengaruhi sistem kehidupan masyarakat yang dikolonil. Ini yang kemudian dilakukan Korea melalui diplomasi publik Korea *wave* sebagai bentuk penyebaran kebudayaan Korea secara meluas dan dari sinilah Korea mendapatkan keuntungan dan dapat menguasai pasar (Herlina, 2017).

Kolonialisme merupakan bagian dari penguasaan atas wilayah-wilayah jajahan. Ada banyak bentuk-bentuk kolonialisme bagi penjajah terhadap yang terjajah, misalnya dilihat dari penguasaan atas sumber daya alam, manusia, penguasaan pada bidang budaya, ekonomi, politik, dan batas-batas wilayah. Hanya saja saat ini untuk menjajah masyarakat jajahan tak harus menempati atau menguasai wilayah dari masyarakat jajahan, tetapi bisa menguasainya dengan cara mempengaruhi masyarakat jajahan atas produk-produk yang dipasarkan. Ini yang kemudian menjadi salah satu bentuk kolonialisme era modern yang sasarannya pada kolonial penduduk. Pada kolonialisme penduduk tak harus terus menerus tentang pengusiran penduduk pribumi oleh penduduk pendatang, tetapi bisa juga dilakukan dengan menjajah masyarakat jajahan melalui cara mempengaruhi mindset dan gaya hidup masyarakat jajahan oleh penjajah. Korea *wave* merupakan produk Korea yang tanpa sadar mengkolonil generasi Indonesia. Produk-produk yang dipasarkan Korea melalui industri Korea sengaja dibuat semenarik mungkin untuk menarik para penonton yang nantinya akan menjadi konsumeris tinggi. Misalnya pada penggemar K-Pop.

Indonesia menjadi salah satu Negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak karena Korea Pop menjadi salah satu produk Korean *wave* yang sangat disukai di kalangan masyarakat Indonesia. Ini bisa dilihat dari konser *boygroup* dan *girlgroup* Korea yang diadakan terus menerus di Indonesia. Adapun *music* pop Korea di antaranya terdiri dari pop, R&B, hip hop dan sebagainya. Biasanya baik *backsound* maupun *soundtrack* yang sering ditampilkan dalam drama Korea sangat mudah didengar dan dinyanyikan, sehingga ini dapat mudah diterima oleh para penggemar Korea dari setiap kalangan. *Boygroup* dan *girlgroup* memang merupakan ikon Korea yang berhasil memperkenalkan *music* pop pada pasar internasional. Oleh karena itu, tidak ada halangan untuk membatasi pertukaran informasi yang dilakukan oleh masyarakat. Stasiun TV yakni RTV merupakan salah satu *channel* yang turut mempopulerkan K-drama. Inilah yang membuat media massa punya peran aktif dalam penyebaran budaya Korea khususnya pada media TV (Markiano & Perwirawati, 2019).

Tanpa disadari bahwa selain menjadi konsumeris tinggi, dampak dari Korea *wave* bisa membentuk gaya hidup generasi milenial. Salah satu contoh yakni menjadi fanatisme. Selaras dengan ini bahwa berkembangnya Korea *wave* menjadi sebuah fenomena yang menimbulkan sikap fanatisme pada penggemar Korea yang mayoritas berasal dari kalangan remaja atau yang disebut dengan generasi Z. Selain sikap

fanatisme, Korea *wave* bisa membentuk gaya hidup baru dalam kehidupan masyarakat sebab masyarakat lebih banyak mengosumsi budaya Korea. Fenomena tersebut menciptakan penafsiran pada para penggemar terhadap materi yang kemudian dimanfaatkan untuk membentuk gaya hidup baru. Ketika gaya hidup baru terbentuk, maka akan terciptanya identitas baru bagi para penggemar. Artinya bahwa, terciptanya gaya hidup baru sebagai perwujudan dari pemilihan konsumsi pada produk-produk Korea (Putri et al., 2019).

### 3. Teori Dependensi Dos Santos

Berdasarkan masalah di atas, teori yang digunakan yakni Teori Ketergantungan Dos Santos. Theotonino Dos Santos memberikan definisi ketergantungan bahwa ketergantungan adalah suatu keadaan di mana kehidupan ekonomi dari negara lain yang berkembang secara luas mempengaruhi kehidupan ekonomi suatu negara. Dari pengaruh inilah, beberapa negara hanya mendapatkan dampak dari negara lain. Kemajuan yang didapati dari negara berkembang tidak terlepas dari kemajuan negara maju, sehingga adanya ketergantungan yang terjadi diantara dua *system* atau lebih, dan antara *system-system* ekonomi dengan *world trade*. Sedangkan ekonomi dari negara-negara yang tergantung hanya mengalami dampak dari perubahan itu, baik negatif ataupun positif (Yoshida, 2022).

Teori ketergantungan dari pandangan Theotonio Dos Santos dalam melihat kondisi ketergantungan dan keterbelakangan yang terjadi antara negara pusat dan negara pinggiran. Pandangan Theotonio Dos Santos mengenai ketergantungan ialah sebagai situasi di mana ekonomi negara pinggiran mengalami ekspansi oleh perluasan dan perkembangan ekonomi negara pusat sehingga cenderung menguntungkan negara pusat dan merugikan negara pinggiran. Dos Santos beranggapan bahwa hubungan negara dapat dikatakan ketergantungan apabila ekonomi negara pusat atau dominan dapat berekspansi dan berdiri sendiri sedangkan negara pinggiran hanya dapat merasakan dampak dari perubahan sebagai konsekuensi dari adanya ekspansi tersebut baik secara positif maupun negatif. Ia membagi hubungan ketergantungan yang terjadi antara negara maju dengan negara berkembang ke dalam tiga bentuk; (a) ketergantungan kolonial; (b) ketergantungan finansial-industrial; dan (c) ketergantungan industrial-teknologi (Ellya Yunita Aslam, Reni Windiani, 2022).

Dalam teori ketergantungan ini, Dos Santos memandang bahwa keadaan keterbelakangan maupun ketergantungan terjadi di antara negara berkembang/pinggiran dan negara maju/kuat. Menurut Dos Santos, ketergantungan merupakan kondisi yang menguntungkan negara maju ketimbang negara pinggiran yang disebabkan dari pertumbuhan ekonomi negara berkembang dari negara maju. Dos Santos kemudian membagi ketergantungan dalam beberapa tahap diantaranya; *Dependency Colonial*, *Industrial-Financial Dependency*, dan *Teknologi Dependency*.

1. ***Dependency Colonial***: Ketergantungan pada bentuk pertama ini dimaksudkan bahwa ada bentuk kolonialisasi yang terjadi antara negara maju dan negara berkembang. Negara maju berperan sebagai yang mendominasi/ penjajah dan negara berkembang berperan sebagai yang didominasi/ dijajah sehingga ada bentuk penguasaan yang terjadi oleh Negara Maju. Dalam hal ini, kaum penjajah akan memonopoli serta menguasai dalam jumlah yang tinggi baik itu sumber daya alam/ manusia dan sebagainya. Selain itu kolonialisasi terjadi melalui kerja sama antara negara maju dan negara berkembang. Sehubungan dengan ini, diplomasi publik Korea *wave* yang melibatkan kerja sama antara Korea dan Indonesia akan memungkinkan penanaman modal oleh Negara Korea pada Negara Indonesia, sehingga tanpa disadari Korea dapat memonopoli Indonesia, sedangkan Indonesia menjadi negara yang bergantung pada Korea.
2. ***Industrial-Financial Dependency***: Ketergantungan finansial dimaksudkan bahwa ketergantungan yang terjadi akibat adanya dominasi kekuasaan dari negara-negara yang memiliki kekuatan secara finansial pada negara-negara berkembang. Kesuksesan diplomasi publik Korea *wave* di Indonesia tidak terlepas dari adanya investasi Korea pada Indonesia. ini bisa dilihat dari keuntungan yang didapatkan Korea melalui Korea *wave*, sebab Indonesia khususnya pada generasinya menjadi konsumeris tinggi. Sehingga yang terjadi adalah adanya pengendalian Korea pada Indonesia melalui kekuasaan finansial.
3. ***Industrial-Teknologi Dependency***: Ketergantungan Teknologi ini dimaksudkan sebagai ketergantungan yang terjadi karena adanya perubahan cara pengeksporasi. Artinya bahwa kegiatan negara berkembang dalam perekonomian bukan saja meliputi ekspor barang mentah kepada negara

maju, akan tetapi adanya inovasi yang dilakukan negara maju untuk kepentingan pasar pada negara berkembang. Berkaitan dengan ini bahwa kerja sama antara Korea dan Indonesia bukan hanya menguntungkan pihak Korea, akan tetapi juga Indonesia karena pengenalan budaya Korea bukan hanya dilakukan Korea di Indonesia tetapi juga sebaliknya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik Korea melalui Korea *wave* atau *Hallyu* sangat mempengaruhi *life style* masyarakat Indonesia. Ini terjadi karena diplomasi publik Korea *wave* dilakukan secara *soft* sehingga sangat gampang diterima. Hanya saja tanpa disadari Korea mendapatkan keuntungan yang tinggi dari relasi kerja sama dengan Indonesia. Selain itu, terciptanya gaya hidup yang baru ini merupakan bagian dari kolonialisme di era Modern yang mana sang kolonil tidak menguasai wilayah yang dikolonil secara fisik dan langsung, tetapi mempengaruhi lewat dari produk-produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia harus menyeimbangkan interpretasi mereka tentang produk-produk dari negara asing. Artinya dikonsumsi secara seimbang, bukan secara berlebihan.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Jurnal**

Cahyani, A.-Z. F. (2021). *Diplomasi Soft Power Korea Selatan Melalui Korean Wave dan Pengaruhnya bagi Indonesia. October.*

Ellya Yunita Aslam, Reni Windiani, F. E. W. (2022). TIONGKOK – SRI LANKA: ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN TIONGKOK DI SRI LANKA. *Journal of International Relations*, 8, 522–530.

Herlina, R. (2017). *Kolonialisasi Budaya Korea.*

Vena M. Tiladuri, Aji Suseno, Y. A. A. (2021). Studi Deskriptif Peran Pendidikan Dalam Menyikapi K-Pop. *The Way: Jurnal Teologi Dan Kependidikan*, 7(36), 1–15.

### **Prosiding**

Hasna, S. (2021). Dominasi Korean Hallyu Dalam Konteks Strukturasi Di Industri Budaya. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 100–116. <https://doi.org/10.31294/jkom.v12i2.7415>

Markiano, R., & Perwirawati, E. (2019). Persepsi Mahasiswa / I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Terhadap Budaya K-Pop Di Media. *Jurnal Social Opinion*, 4(1), 30–42. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/download/239/263>

Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>

Trisni, S., Isnarti, R., Sinulingga, A. A., & Ferdian, F. (2018). Pencapaian Kepentingan Korea Selatan melalui Diplomasi Publik Korean Wave. *Jurnal Global Strategis*, 12(2), 131. <https://doi.org/10.20473/jgs.12.2.2018.131-142>

Yoshida, Y. H. (2022). *KETERGANTUNGAN LAOS PADA TIONGKOK DALAM EKONOMI DAN PEMBANGUNAN SEBAGAI PENGHAMBAT*. 6(2), 67–86. <https://doi.org/10.32787/ijir.v6i1.298>

### **Sumber dari internet dengan nama penulis**

Hayati, R. (2021). *Pengertian Penelitian Studi Literatur, Ciri, Metode, dan Contohnya*. Penelitianilmiah.Com. <https://penelitianilmiah.com/penelitian-studi-literatur/>